5 estrategias
para dejar de competir en precio



Pelear por precio es una peligrosa arena para competir…

...pues siempre habrá alguien dispuesto a salir del negocio antes que usted.

Es cuestión de supervivencia!

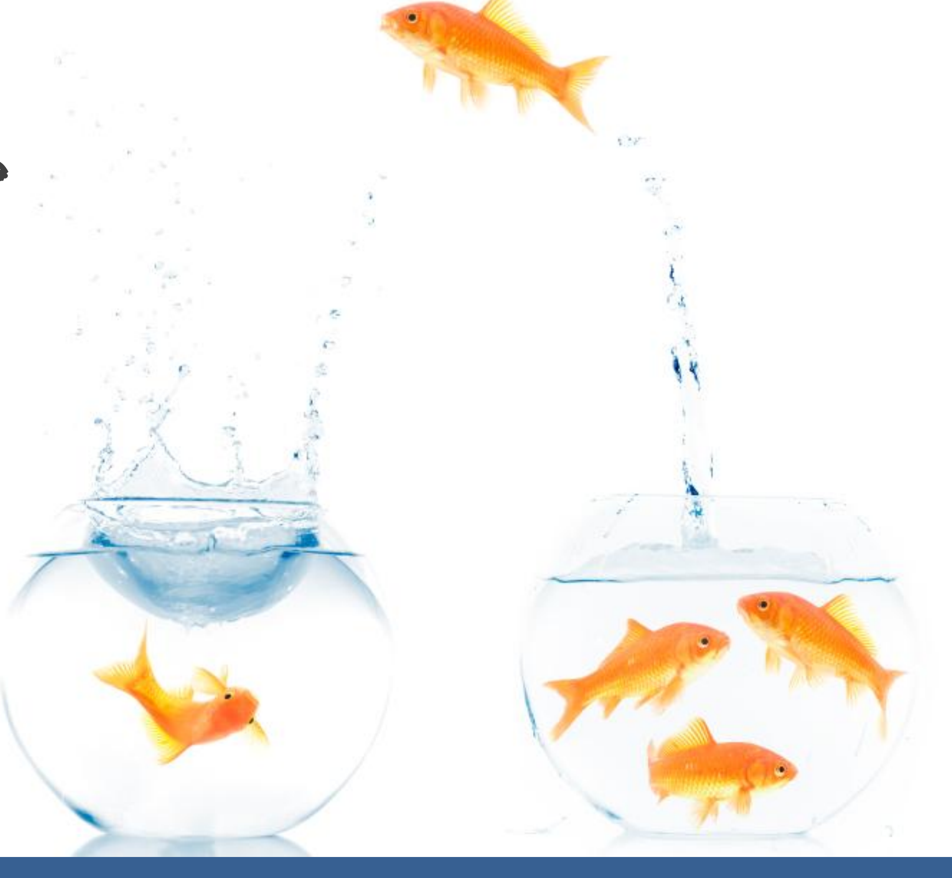


Estrategia #1

redefina su mercado objetivo

Deje de querer convencer al cliente equivocado.

Cambie de estanque.



Enfóquese en quienes...

- Aprecian lo que usted hace
- Están dispuestos a pagar por eso
- Usted les resuelve algo
- Lo recomiendan
- Son rentables

...y busque más como ellos





¿A quién no quiere como cliente?





Estrategia #2

redefina su producto o servicio

Redefinir la oferta al mercado

- Nuevos usos del producto/servicio
- Nuevas ocasiones de consumo
- Especializar el portafolio
- Más afín a cierto segmento







Sharpie – de marcador indeleble a herramienta de arte y creatividad



- The Cookie Factory – Galletas temáticas



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2012/06/cookie-factory-galletas-tematicas.html




THE COOKIE FACTORY

Estrategia #3

identifique y comunique su diferencial

¿Le ha explicado a su cliente por qué cuesta más?



Comunique su diferencial

- Por qué lo reconocen
- Qué hace mejor que los demás
- Por qué lo recomiendan
- Cómo agrega valor
- Relevante para el mercado
- Su toque único





Calcetines con olor



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2012/05/calcetines-con-olor-no-ese-olor.html



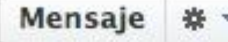
Apoyo de mamás para mamás

Mami Trabaja

MAMI TRABAJA... EN TU OFICINA

mamitrabaja





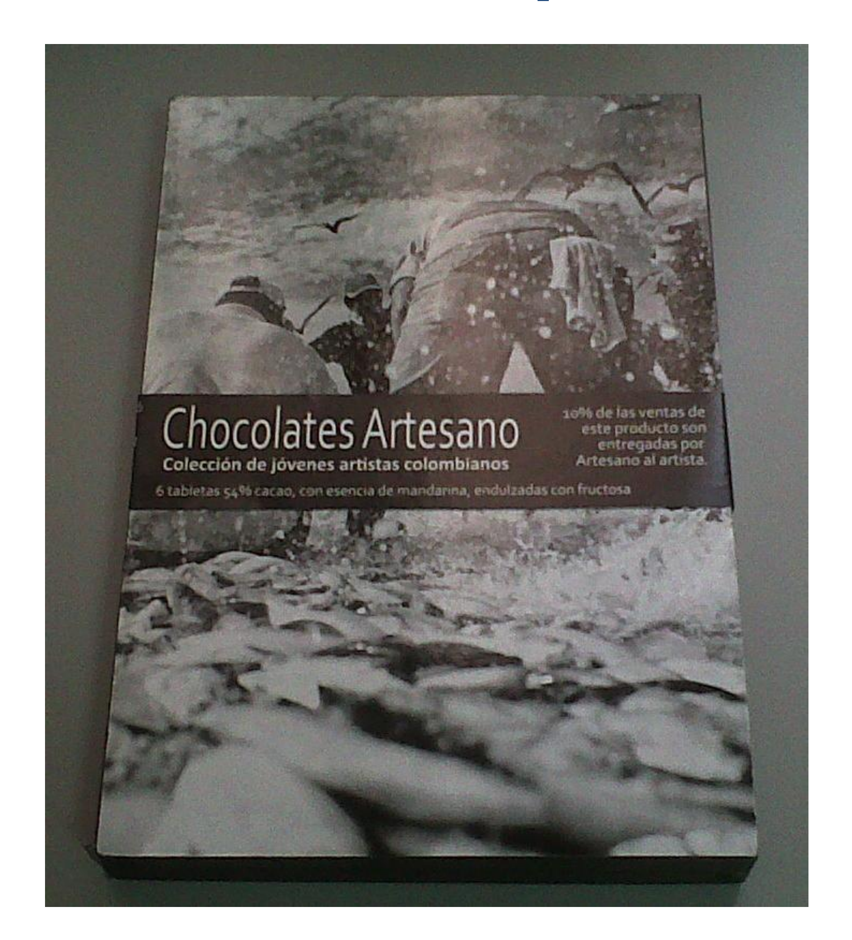
A 2.415 personas les gusta esta página · 30 personas están hablando sobre esto



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2012/04/mami-trabaja-esto-me-refiero-con-foco.html



Chocolates que cuentan un historia







http://www.nuggetsdemercadeo.com/2012/04/chocolates-artesano-diferenciacion.html



10 años de garantía





http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/12/lavadoras-lg-10-anos-de-garantia-como.html



Flete gratis ida y vuelta







Shipping Both Ways

In other words, 1 full year!

It's always on the house!



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/11/zappos-la-garantia-como-forma-de.html



Compre un par y donamos otro



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/11/toms-un-negocio-puede-ser-social-y.html





Estrategia #4
reposicione su competencia

Es su responsabilidad educar al cliente potential.

Ponga la competencia en su lugar

- Por qué usted es una mejor opción
- Lo que usted ofrece que ellos no
- El alcance de sus ofertas
- Lo limitado de la garantía
- Lo que realmente incluye
- Educar, educar, educar



Respaldar con hechos y datos

¿Quiere saber por qué Varta *Alkaline* Dura Más? Haga clic en la imagen



"VARTA Alkaline AA hecha en **Alemania** DURA MÁS que Energizer Max AA hecha en **China**".



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/03/varta-alkaline-vs-energizer-desafiante.html



Aclarar mensaje de la competencia

NO TE DEJES ENGAÑAR
CON REBAJAS PASAJERAS

NUESTRA OFERTA
ES PERMANENTE

TelViso

Te ofrecen un paquete tentador y al año te aumentan el precio sin consultarte
TELVISO TIENE UN PRECIO TRANSPARENTE, **SIN CAMBIOS!**

Te dan 100 minutos solo locales
TELVISO TE BONIFICA **500 MINUTOS** EN LLAMADAS A **CAPITAL Y LOCAL.**

Una máquina atiende tus reclamos
EN **TELVISO** TE ATIENDE **UNA PERSONA.**

WIFI EN TODA
TU CASA
No importa el tamaño!
consulta por este servicio

6MEGAS
Wi-fi
$129,90
+ IVA

+

500min.
libres *

COMUNICATE LLAMANDO AL **0800-147-0800** o escribinos a ***ventas@telviso.com.ar***

* Sujeto a disponibilidad geográfica. Minutos libres válidos por un año desde el momento de contratación del servicio.
Instalación bonificada adhiriendo a débito automático. Los valores expresados no incluyen impuestos.



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2012/05/telviso-reposicionando-la-competencia.html



Reposicionar sustitutos





http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/01/como-la-mayonesa-light-re-educa-al.html



Más por lo mismo

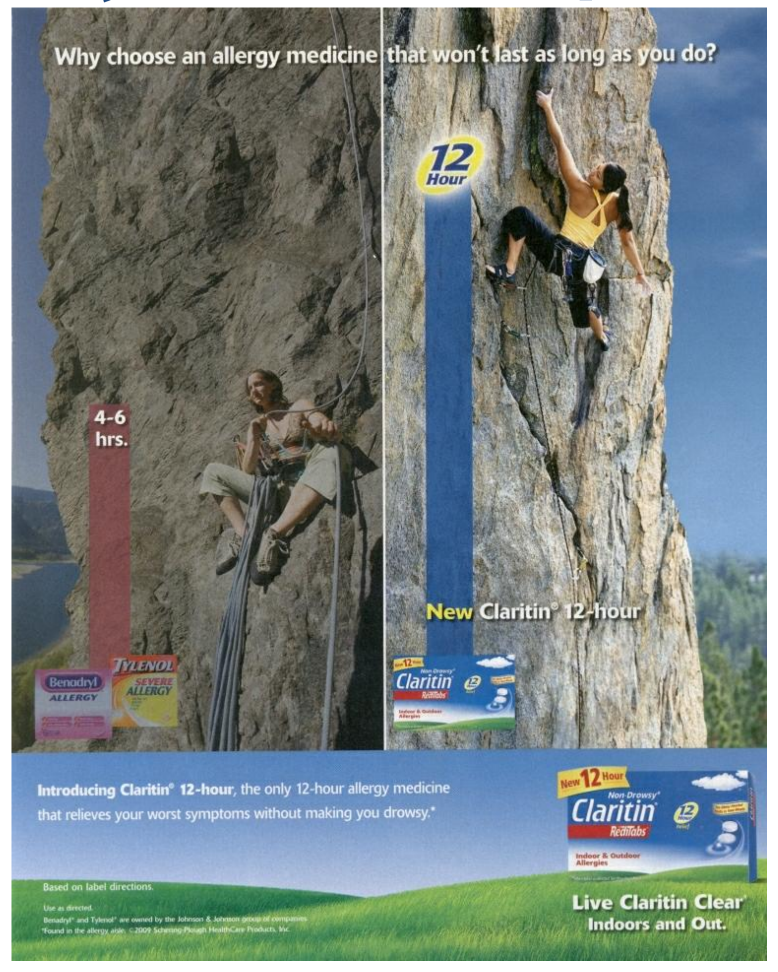




http://www.nuggetsdemercadeo.com/2010/08/publicidad-comparativa-90-calorias-para.html



Mejor desempeño





http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/02/claritin-se-compara-de-frente-con-la.html



Estrategia #5

reinvente la categoría



Reinventarse para renacer

- No ser comparable
- Reinventar la categoría
- Por ejemplo…

    Editoriales ahora digitales
    Medios de comunicación
    Turismo temático
    Agro valor agregado
    Educación



Vodka burbujeante de sabores

NUVO®
L'ESPRIT DE PARIS®
SPARKLING LIQUEUR

NU ROC

3.25oz CHILLED NUVO SPARKLING LIQUEUR
.25oz CIROC VODKA
SERVED OVER ICE IN A ROCKS GLASS
GARNISHED WITH A LIME

NUVO



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/12/nuvo-reinventa-la-categoria-de-licores.html



Aguas temáticas

amor
alegría
yo soy
salud
gracias
perdón
libertad
prosperidad
paz



http://www.nuggetsdemercadeo.com/2011/02/el-agua-de-la-alegria-un-agua-con.html



RECURSOS DE MARKETING

www.bienpensado.com/**boletin**
www.bienpensado.com/**facebook**
www.bienpensado.com/**twitter**
www.bienpensado.com/**slideshare**
www.bienpensado.com/**google+**
www.**linkedin**.com/in/DavidGomezGomez
www.**pinterest**.com/DavidGomez



